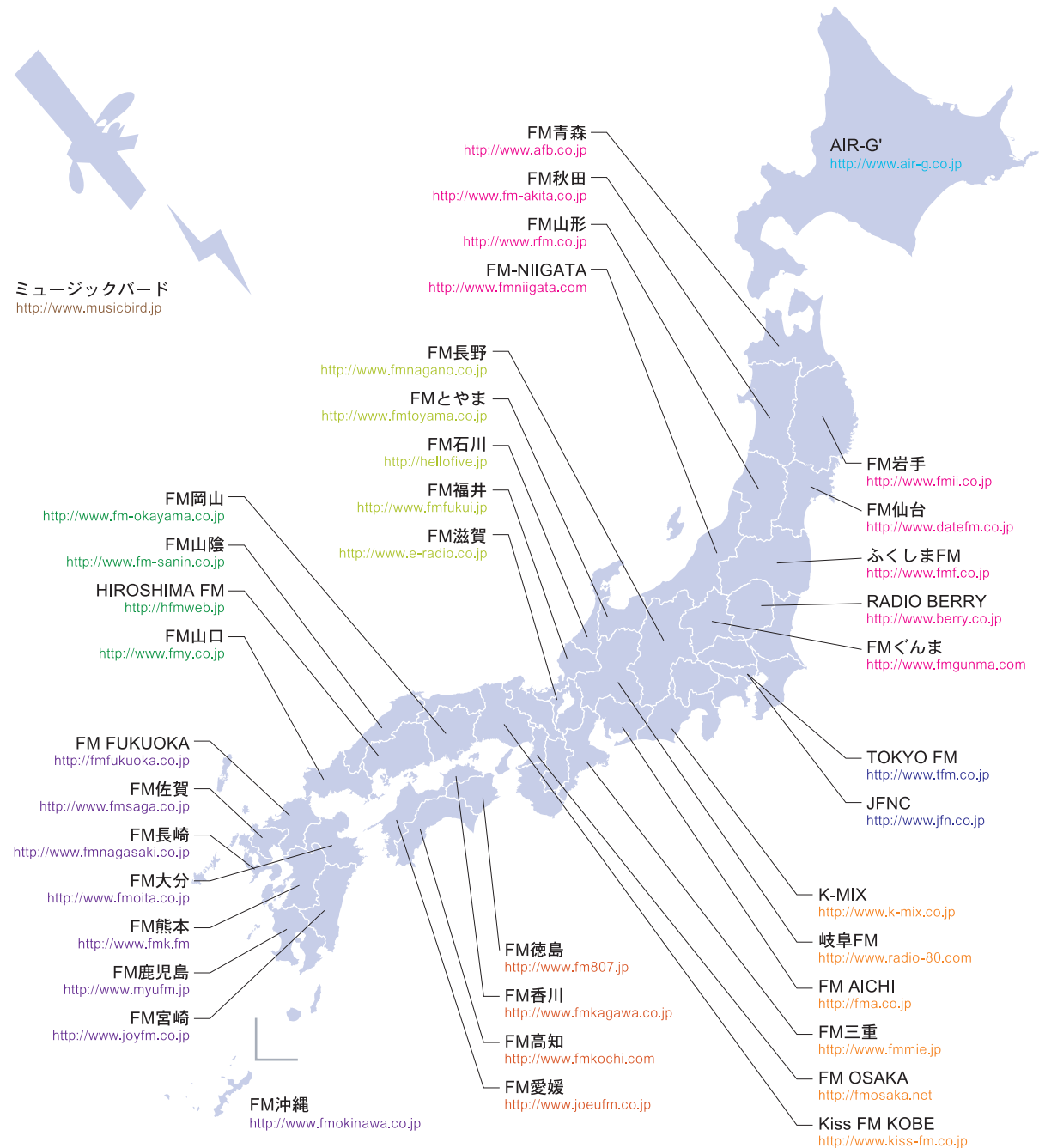


# JAPAN FM NETWORK ASSOCIATION

JFNIは進化を続けています。地元地域に根差した各エリアNo.1FM局それぞれの“個の力”。  
そして音声メディア最大の全国38局が共に作る“ネットワークの力”。  
更には衛星放送、ブロードバンドコンテンツ開発を営む関連各社を合わせた“マルチメディアの力”。  
JFNIは時代の要求に応える力を身につけ、進化を続けています。



ミュージックバード  
<http://www.musicbird.jp>



全国FM放送協議会  
<http://www.japanfmnetwork.com>



第82号 2013年3月発行  
発行/全国FM放送協議会 〒102-0083 東京都千代田区麹町1-8 電話03(3221)0246(代) FAX03(3511)7370  
AIR-G'/FM青森/FM岩手/FM仙台/FM秋田/FM山形/ふくしまFM/TOKYO FM/FMぐんま/RADIO BERRY/FM-NIIGATA/FM長野/K-MIX/FMとやま/FM石川/FM福井/FM AICHI/岐阜FM/FM三重/FM OSAKA/Kiss FM KOBE/FM山陰/FM岡山/HIROSHIMA FM/FM山口/FM香川/FM愛媛/FM徳島/FM高知/FM FUKUOKA/FM佐賀/FM熊本/FM大分/FM宮崎/FM鹿児島/FM沖縄/エコパラダイスFM(特別加盟)

# JFN ASSOCIATION

No.82

2013 Mar.

ジェイエフエヌアソシエーション



PROJECT

02

## 「NISSAN あ、安部礼司〜beyond the average〜」あべフェス2013

33,000人を動員し、アラフォー達の成人式也大盛り上がり！/TOKYO FM



03

## JD共済 presents SDD全国こども書道コンクール

飲酒運転撲滅を願うこどもから大人へのメッセージ/FM OSAKA

NEWS

04

## 平成24年日本民間放送連盟賞

Date fm/TOKYO FM/FM愛知/FM OSAKA/FM香川/FM鹿児島



07

## 第52回 消費者のためになった 広告コンクール

TOKYO FM/JFNC

SEMINAR

08

## 総務責任者会議 セミナー

実務に影響する労働関係の法改正について



10

## 営業責任者会議 セミナー

次々と明らかになっている森や木のさまざまな効能

LOCAL TOPICS

12

TOKYO FM 鷹の爪団とのコラボ企画「投票エフエム」

13

FMぐんま リスナー向けパーティー

14

FM福井 モノづくり探検ツアー

15

FM愛知・岐阜FM・FM三重 食祭! 食通パーソナリティーご当地グルメ隊

16

FM岡山 秋の焼酎甲類パーティー

17

FM高知 「吉田類の類語録」が大人気

18

FM佐賀 My弁当コンテスト

19

FM宮崎 エアポートナイトライブ





# 33,000人を動員し、アラフォー達の成人式也大盛り上がり!

TOKYO FM



“極めて平均的なサラリーマン”安部礼司の日常をコミカルに描いた人気ラジオドラマ「NISSAN あ、安部礼司～beyond the average～」(毎週日曜17:00～17:55 全国37局ネット)では、成人式前の1月12日(土)、13日(日)、「大人になりたい!」をテーマに掲げ、番組発の公開イベント「あべフェス」を日産グローバル本社ギャラリー(横浜)で実施しました。このイベントは、昨年に続き2回目の開催となります。

イベントへは番組のターゲットである団塊ジュニア世代を中心に、2日間でのべ33,000人のリスナーを動員し、会場である日産グローバル本社でのイベントの歴代記録を塗り替えることとなりました(本社オープン記念イベントが18,000人)。

今回のイベントのテーマは、1日目が「謎」で、2日目が「大人」。2日來ても楽しめるようにと、全く別のコンテンツが用意されました。

1日目の「謎」では、安部ファミリーが来場者に、ある事件の「謎」を出題し、参加者は会場内に張り巡らされたヒントをもとにその謎を解決していくという謎解きイベントが行われました。謎を解くために会場を巡ったリスナーは、同時に展示されている歴代の日産車にも触れながら、謎解きゲームを楽しみました。

2日目の「大人」では、今回の目玉企画「アラフォー達の2度目(20歳×2)の成人式」を実施。この成人式は、「大人になりきれない、大人たちへ——『いい大人』が『かっこいい大人』になる。人生2度目の成人式を、共に祝おう!」をテーマに、およそ20年前、成人式を経験したアラフォー達を集めて、2度目の成人式を行いました。

2度目の成人式では、安部礼司による「大人の主張」スピーチがされたほか、会場に集まるアラフォー達とちょうど同世代のご子息

の母親でもある藤田紀子がサプライズゲストとして登場し「訓示」が披露されました。この成人式へ参加するリスナーには振袖、羽織袴、タキシード姿での来場を呼びかけたところ、晴れ着姿のアラフォーが続々参列し、「ちょっと風変わりな成人式」が祝われました。

また、両日も、番組の公開収録が行われ、抽選で選ばれた1,200名のリスナーが参加。番組には、シークレットゲストとして、アラフォー世代の青春を支えた辛島美登里や、過去に安部礼司の押入れからの出演を果たしたことがある平原綾香が登場。スペシャルLIVEが披露されました。

2日目のフィナーレでは、アラフォー世代の星、横原敬之作詞作曲による番組テーマ曲「The Average Man Keeps Walking」を安部ファミリーが熱唱。ステージ前に収まりきれないほどのリスナーも一緒に合唱し、会場は熱気に包まれました。

当番組のSNS内コミュニティは18を数え、メンバーは30,000人を超えています。SNSを通してリスナー同士が強く結びついたこの番組は、ラジオから発信された話題がソーシャルメディアで一気に拡がる「BUZZの発信源」となっており、イベントの動員にもつながっています。

実際に会場で実施したインタビューでは「昨年のイベントが本当に楽しかった…と話題になっていたのが今年は必ず参加しようと思っていました」などの意見が多く聞かれました。

リスナーとの絆の深さが改めて「具体化」「可視化」されるイベントとなり、来年度以降、更なる「発信力」を強化した番組にしていきたいことを狙っています。(TOKYO FM 広報担当)

## FM佐賀 JAと共催の「My弁当コンテスト」でお米の理解をUP

FM佐賀では、2012年度から佐賀県農業協同組合中央会(JA佐賀中央会)と共催で「みんなが作るMy弁当コンテスト」を実施しています。

この企画は、食生活の多様化でお米の消費量の減少が続いている中、当時長く不況で“My弁当”を持参する人が増えている事に注目。お米の消費拡大と地産地消を目的に地元食材を使った“My弁当コンテスト”を企画し開催する運びとなりました。

応募作品は、専用の用紙に500円以内の食材でなるべく手間がかからないでおいしく簡単にできるお弁当(写真またはイラスト)で未発表作品に限って募集しており、応募資格としては、一人でも家族でも可ですが、県内在住か県内勤務の方に限定しています。

一次審査は、書類選考を地元で有名なフードコーディネーターの方に依頼。最終審査会は一次審査通過者に短期大学の調理実習室で実際に調理してもらって審査員の試食等により採



点してもらい、入賞者を決定しています。

毎年応募作品は、レベルアップしていますし応募作品数も増加しています。

お米に対する理解を深めてもらい、お米を中心とする栄養バランスのとれた健全な日本型食生活を理解してもらうため、今後も盛り上げて生きたいです。

(FM佐賀 営業部 次長 原敏一)

## FM宮崎 宮崎空港をライブハウスに! 地元ケーブルテレビでも放映

午後9時00分、宮崎空港へ最終便がボーディングブリッジへ到着。昼間の喧騒からようやく静かな時間になろうとする頃、空港が1日限りのライブハウスに変貌する「エアポートナイトライブ」がスタートします。

1993年に開催が始まったエアポートナイトライブは5年ほど休止していましたが、2011年に復活開催を遂げました。結果、リスナーからの反響、スポンサーからの大変高い評価を頂き前回に引き続き2012年10月12日(金)に「宮崎空港ビル・オアシス広場・特設ステージ」で開催いたしました。

今回は、宮崎空港ビルの創立50周年記念にふさわしくアーティストは秦基博(宮崎出身)と元ちとせの出演が決定し、応募数は、過去最高の約6千通となり、その中から抽選で800名のリスナーを招待いたしました。

当然、空港は航空機が間近に見られる特別な場所であり、皆さんも空港に行くときの“あの期待感”があると思います。宮崎空港には他では珍しい出発カウンター横の吹き抜けのオープンスペース「オアシス広場」があります。そこにイントレへ100台のパーライトを詰め込んだ本格的なステージに仕上げ、1階には座席、そして吹き抜けの2階と3階にはスタンディングでステージが見下ろしアーティストと観客が一体となる特別な空間を設置。2人のアーティストが今夜だけのコラボレーションを交えた演出で今年もリスナーを魅了してくれました。

また、この雰囲気会場に来られなかった方々にも是非感じてほしいということで特別協賛を頂いた地元のケーブルテレビ局「宮崎ケーブルテレビ」でも後日、特別番組を放送いたしました。

ローカルだから「難しい」、「予算がない」と嘆くのではなく、ローカルだから「こんなことができる」、ローカルだから「人のつながりを生かす」などアイデアを出し、他メディアには出来ないオリジナリティのある、魅力あるコンテンツを作るために今後も“FMはいいね”と言われる楽しい仕事をしていきたいと思っています。(FM宮崎 東京支社次長 竹森正樹)





## FM岡山 女性に焼酎甲類の魅力を伝えたい

2012年10月26日、NTTクレド岡山ビル21F「THE STYLE岡山」を会場に「FM岡山秋の焼酎甲類パーティー」を開催しました。このイベントは、日本蒸留酒造組合西日本支部(大阪市)とのタイアップで、お酒や食べることに興味のある20~40歳の女性に向けて「焼酎甲類」の認知向上を目的に企画しました。

岡山での開催とラジオ局とのタイアップは初めての試みでした。スポンサーのターゲットは若い女性で、焼酎甲類の「ピュア・ヘルシー・バラエティー」といった特徴を、料理と共に楽しみながら理解してもらうために、参加者も女性のみ限定。応募はエフエム岡山のホームページからWEB上に開設した専用フォームに応募、抽選で50名の女性を選出し、参加者については無料招待という形式を採用しました。

また、イベントの参加応募促進と、事前盛り上げを目的に、イベント開催日1ヶ月前から自社ワイド番組内で特別コーナー番組を放送しました。番組内では、焼酎甲類と乙類の違いについて、今おすすめの果実酒のレシピ、番組DJオリジナルのカクテルレシピなどを紹介することで、イベント参加応募の促進を図りました。

会場MCはFM岡山DJが担当。参加者はそれぞれ好きな割り材でカクテルを作り、思い思いに焼酎を楽しみながら、同席の参加者とのおしゃべりにも花が咲きました。また、フリータイムでは普段は顔の見えないFM岡山DJと参加者が写真撮影などで交流するなど、リスナーとの交流の場としても大変有意義なイベントでした。途中で、各テーブルごとに分かれてのオリジナルカクテルコンテストや、ホテルの宿泊券やエステチケットといった豪華景品が当たる抽選会などのエンターテインメントを



実施して、会場は大盛り上がり。お酒が飲めて、料理も食べて、お土産までもらえるという内容に、参加者からはとても楽しいイベントだったと喜びの声をたくさんいただきました。イベント当日の様子は録音し、後日自社ワイド番組内で放送、会場の雰囲気や参加者の声を中心に事後報告として紹介しました。

イベント終了後に配布した参加者アンケートにおいても、大変楽しいイベントで、是非次回も企画してほしいとの声をいただき、スポンサーの日本蒸留酒造組合西日本支部にも満足していただくことができました。(FM岡山 営業部 井口雅博)

## FM高知 高知が生んだ文化人の番組「吉田類の類語録」が大人気!

高知県観光大使であり、高知が生んだ文化人、吉田類さんの高知だけで聞けるラジオ番組、それが「吉田類の類語録」(毎週月曜日13:30~13:55)。アート、俳句、旅、お酒、甘味...自由人・吉田類が、自らの引き出しの中から毎週1つのテーマを決めて、自由気ままにトークを展開。四季の移ろいの中で見つけたちょっと気になる話題や、日本全国で出会った面白い人物の話題など、毎週思わず耳をそばだてて聞いてしまう「面白エピソード」が続きます。

時には、スタジオに類さん所縁のゲストを迎えることもあります。類さんの出身地、仁淀川町の片岡廣秋副町長をお迎えした時は、名産のお茶を使ったスイーツを食べながら子どものころに遊んだ思い出話に花が咲きました。また、司牡丹酒造の竹村昭彦社長ご出演の際には、創業400年以上の老舗酒蔵が新しいことに挑戦する姿や、日本酒の魅力について熱く語っていただきました。

そして、忘れてはならないのが酒場取材。毎月1店舗にお邪魔し

て賑やかに収録を行っています。BSテレビ番組「酒場放浪記」しながら飲んで、食べて、お店のご常連さんとともに、高知の美味しい食材について大いに語ります。番組中の音楽は、音楽通としても有名な、類さん自ら選曲し「類セレクト」としてご紹介しています。洋邦のポップスからジャズ、映画音楽まで幅広いジャンルからオンエアされます。

番組パートナーの谷本美尋が綴る番組ブログには、毎回の内容、番組の最後で締めとして登場する「類語録」と、取材時の写真がアップされています。冒頭で「高知だけで聞ける」と書きましたが、トーク部分の音声はFM高知ホームページで全国のみなさんにお聞きいただくことができますので、一度チェックしてみてください。(FM高知 営業編成部 長山卓司)



## 飲酒運転撲滅を願う子どもから大人へのメッセージ

FM OSAKA



## JD共済 presents SDD全国子ども書道コンクール

SDD STOP! DRUNK DRIVING PROJECT × JD共済

FM OSAKAでは2007年から、未だなくならない飲酒運転の撲滅を目指し、SDD(=STOP! DRUNK DRIVING)PROJECTを実施しています。各地でのタウンミーティングなど年間を通じて活動し、その集大成となる「LIVE SDD」を毎年2月に大阪城ホールで開催しています。このライブでは、SDDに賛同するアーティストが集結し、音楽を通じて改めて飲酒運転撲滅へのメッセージを発信します。

このプロジェクトの一環として今年初めて実施したのが、「JD共済 presents SDD全国子ども書道コンクール」です。“子どもたちのために明るい未来を創ること”をミッションに掲げるこのコンクールは、運転代行の損害を専門に補償する「ジェイ・ディ共済協同組合」をパートナーとして立ち上げられました。

ジェイ・ディ共済は2009年、『とくダネ!』で紹介された「LIVE SDD 2008」の模様を偶然ご覧になったことがきっかけで、以後、全社的に取り組む社会貢献事業と位置付けてSDDプロジェクトに参加して下さっています。今回はコンクール事務局をジェイ・ディ共済に置き、企画・運営すべて一緒に取り組んできました。

書道では、込められた想いや愛情がそのまま文字となって現れます。お酒を飲まない子どもたちが、まわりの大人を想い、子どもたちの目線で書いた飲酒運転撲滅を願うメッセージ。それが多く……と私たちは考えたのです。

対象は小学生と中学生。全国を6つのブロックに分け「飲酒運転撲滅」をテーマにした20文字以内の作品を募集しました。北海道ブロックはAIR-G、東北ブロックはDate fm、関東・甲信越ブロックはTOKYO FM、中部・北陸ブロックはK-MIX、近畿・中・四国ブロックはFM OSAKA、九州・沖縄ブロックはFM FUKUOKAが指揮を取り、募集・準備に奔走。東京都や大阪府をはじめとして全国20の自治体、警察、教育委員会等からの後援もあり、結果的に初年度でありなが

ら全国から1000通を超える応募がありました。

各ブロックで選出した5名の優秀賞受賞者には、アワードセレモニー(表彰式)にて自らの作品を発表してもらいました。このアワードセレモニーには、ご遺族の方や飲酒運転事故に関わった方をパネリストとしてお招きし、子どもたちに命の大切さを伝えていただきました。また、特殊なゴーグルを使った酔酩体験やスタジオでのDJ体験なども実施。子どもたちにとっては忘れられない1日となったようです。

そして迎えた2月17日(日)の「LIVE SDD 2013」では、各ブロックの最優秀賞受賞者が大阪城ホールに集合しました。6人がステージで挑戦するのは、ダンスと書道のコラボレーション。アーティスト全員が歌うエンディング曲「Heal the World」のイントロで、TRFのダンスと共に、1枚の大きな紙に力を合わせて飲酒運転撲滅のメッセージを綴ります。

子どもと一緒に作品を作ってくれたのは、メディアでも活躍する書家・森大衛さん。最初はおとなしかった子どもたちも、リハーサルの中で次第に絆を深めていき、本番では1万人を前にライブのフィナーレにふさわしい堂々としたパフォーマンスを披露してくれました。

この様子は3月3日(日)特別番組「JD共済 presents SDD全国子ども書道コンクール~飲酒運転をやめない大人たちへ~」としてJFN系6地区にてオンエアされました。

子どもたちから大人への力強いメッセージは、あの時ホールにいた1万人の心を、きっと動かしたはず。この気持ちを更に沢山の大人に感じてもらうことこそが、子どもたちに明るい未来を作るために、わたしたちが今できることだと思っています。

飲酒運転がゼロになるまで、SDDプロジェクトの活動は続きます。(FM OSAKA クリエイティブ本部制作部 菅原真央)





# 平成24年日本民間放送連盟賞

1953年に創設し、放送文化の発展に寄与し続けている「日本民間放送連盟賞」。  
今年も、JFN各局が伝統あるこの賞を受賞することができました。各局の取り組みや受賞の声を紹介します。



## 特別表彰部門 放送と公共性 優秀

### Date fm Date fm Hope for MIYAGI 希望の未来へ

Date fm(エフエム仙台)では、震災後に「Pray for MIYAGI」という復興支援キャンペーンを展開して来ました。当時はまだまだ大変な生活が続いている方が数多くいらっしゃるのと同時に、多くの人々が前に向かって歩み始めている時期でもありました。そんな中、私たちが深く関わっている「音楽」で「元気をもらった」、「勇気付けられた」、「癒された」というメッセージを多く耳にしました。

そこで1年続けてきた「Pray for MIYAGI」を、Pray「祈り」から、Hope「希望」へシフトアップ。復興へのさらなる想いと、復興へ向けて活動を始めている方にエール贈るためのキャンペーンを企画しました。被災地に希望の音楽を届けながら、1年間頑張ってきた私たちの仲間、県内に13局あるすべてのコミュニティFM・臨時災害FMの活動を紹介。ラジオというメディアの「想い」を共有して「絆」を深め、前へ一歩踏み出すため「Date fm Hope for MIYAGI」はスタートしました。

県内各地からの中継では、地元で活躍している方の生の声も紹介。また1週間にわたって沿岸部で公開録音を実施、東北ゆか



りのアーティストたちによる生演奏を届けてまわりました。また「一歩前へ」との思いを、求人情報誌Workinがサポート、会場はイオン・グループの全面協力、そして何よりアーティストの皆様のお力添えにより実現できましたこと、あらためて感謝申し上げます。(Date fm 放送部 部長 澁谷 彰一)



## 番組部門 ラジオ生ワイド番組 優秀

### FM愛知 被災地を「忘れない」ことの大切さ

東日本大震災から間もなく2年。被災地では今もなお懸命の復興作業が続けられています。「サンデーエクスプレス～子どもたちの心の音 被災地 陸前高田・石巻より～」は、そんな東日本大震災から1年が経とうとしていた2012年3月4日に放送されました。

ゲストは名古屋を中心に活動するタレントの矢野きよ実さん。彼女は震災の直後から、実際に被災地に赴き、様々な支援活動を行ってきました。そんな彼女のもう一つの顔、それは「書家」。震災以来、被災地の子どもたちはあの日のことを一切口にしない毎日が続いていたそうです。それは学校の先生など大人たちも同じ。矢野さんはそんな口にはできない心の音を子どもたちに「書」で書いてもらい、聞いてきたのです。

放送当時はそんな子どもたちの心の音をしたためた書を名古屋・栄のセントラルギャラリーで展示させていただき、放送では、そんな矢野さんが実際に見て、感じたこと、子どもたちの変化、そして展示についてお話しいただきました。

矢野さんには2年がたとうとしている今もよく言う言葉があります。



「忘れない」  
募金、ボランティア、被災地から遠く離れていてもできることはたくさんあると思います。でも被災地のことを「忘れない」。これが第一です。  
被災地の復興への道はまだまだ続きます。離れた名古屋からではありますが、これからも被災地のことを想い続けたいと思います。(FM愛知 編成制作部 植田英樹)

## FM福井 親子でサプライズ！感動のモノづくり探検ツアー

「福井には数多くのモノづくり企業がある。親子でその現場へいく企画を」という地元広告会社社長からの相談をきっかけに、小売業以外のスポンサー獲得を狙ってスタートした「もっと夢をKIZUKOUプロジェクト 感動のモノづくり探検ツアー」。ラジオCM、HP、メルマガ会員への案内などで募集し、小学生以上の親子15組30名の参加者を募っています。

当日は、1台のバス乗って、1日に3社の協賛企業を訪問。1社あたりの滞在時間は約90分で、現場に入ると見慣れぬ機械を前に、親の方が真剣に質問をする様子も目立ちます。

滞在中の行程は、企業側が作成。その内容からは自社をわかりやすく少しでも楽しんでもらえるようにという思いが伝わってきます。全く知識のない方々が工場内に入ること、自社の特徴、現場の作業工程を改めて見直す機会とも捉えていただいています。

セールス面では、「企業秘密を見せられない」という理由で断られることが多く、複数社の日程を合わせなくていけないということも実施が難しい要素の1つです。

しかし、単にCMの案内をするよりも真剣に企画内容を聞いて



いただけることも多く、これまで関係のなかった企業へ訪問するいい材料にもなっています。

現場での子供達の目の輝き、それを見るお父さん、お母さんの嬉しそうな表情。そういった「サプライズ」の大切さについて、理解していただける企業を探し続けます。

(FM福井 営業部 係長 中東康弘)

## FM愛知 岐阜FM FM三重

### サークルK、サンクスとJFN3局でご当地グルメ商品

FM AICHIとRADIO80(岐阜FM)、レディオキューブ(FM三重)のFMラジオの東海3県JFN系列ラジオ放送局とサークルK、サンクスがタイアップし、「食祭!! 食通パーソナリティーご当地グルメ隊」と題して商品開発プロジェクトを展開しました。各局を代表するパーソナリティー達が、それぞれの地域特性を活かしたご当地グルメ商品を提案し、商品化。「各局パーソナリティーがこだわった味」「地元人気グルメやご当地食材の使用」「地域色を出したオリジナル商品」を商品コンセプトとし、2013年1月15日(火)～2013年1月28日(月)までの期間限定で3県のサークルK、サンクス(計1609店舗)にて、3アイテムを同時発売しました。

各局スポットCMをはじめ、各担当番組内で、その開発過程も含めて紹介したほか、各局パーソナリティーが局の垣根を飛び越え、それぞれの番組内に乗り入れて担当商品の告知を掛け合いで展開。リスナーの話題性を集めながらPRを実施したことで、年に1度のお祭り感覚を演出しました。

(FM愛知 営業部 副部長 横内洋)



- 川本えこ FM AICHI パーソナリティー 「フレッシュ・アップ・アイ」  
● きしめんではパスタ委員会監修 赤味噌ポロネーせきしめん
- 西村知穂 RADIO80(岐阜FM) パーソナリティー 「STEP BY RADIO/G.F COMPANY」  
● 中津川しょうゆだれ倶楽部監修 しょうゆかつ丼
- 広瀬隆 レディオキューブ(FM三重) パーソナリティー 「広瀬隆のラジオ魂」  
● 伊勢まんぶく食堂監修 からあげ丼





TOKYO FM

## 若者を投票所へ！ 鷹の爪団とのコラボ企画「投票エフエム」



TOKYO FMが、「投票エフエム」に!? まさかのステーションネーム変更という一大事を巻き起こしたキャンペーン。昨年12月の首都圏ラジオレーティング週間は、衆議院総選挙・東京都知事選のダブル選挙と重なりました。企画会議で某プロデューサーから何気に出たワード「投票エフエム」…これがすべての起点となったわけです。

これは面白い! と社内に一気に連鎖。当社マルチメディア放送事業本部から、現在TOKYO FMでレギュラー番組を持つ人気アニメキャラクター「鷹の爪団」をキャンペーンアイコンに起用しようと提案を受けました。鷹の爪団を手がけるDLE社、並びにアニメの作者兼声優でもあるFROGMAN氏が、これは面白い! と…、企みはそこから電光石火。若年層の低い投票率をアップさせるべく、鷹の爪団とのコラボレーションにより、ステーションネームもレーティング期間中は「TOHYO FM(投票エフエム)」と銘打ち、「若者よ、投票所に行くじゃー」キャンペーンを実施。ステーションジングル、You Tube向けのプロ

モーションムービーなど、時間のない中で鷹の爪団制作チームの迅速な作業と、ウィットに富んだクリエイティブは脱帽の一言でした。

その結果、You Tubeの再生回数は30,000回以上! ジングルダウンロードも34,000件以上と驚異的な数字を叩き出しました。さらに、「投票エフエム」に関する記事が、朝日新聞、東京新聞、日経産業新聞、その他ネットメディアで多数掲載。Twitterなどクチコミ効果も波及し、大きな反響を得ました。

さて、気になる投票率はどう、全国平均は59.32%と戦後最低でしたが、東京都の投票率は全国平均より高い62.20%、さらに過去2回の全国平均を下回っていた東京都の投票率は今回上昇という結果でした。当キャンペーンが貢献したのかどうか? はさておき、今回鷹の爪団との共同施策で得たことは、面白がることを徹底すること。拡散すること。ラジオの垣根を越えて、新しいコラボレーションの形が見えた気がしました。

(TOKYO FM 編成制作局編成制作部 宮野潤一)

FMぐんま

## バレンタインムードでリスナー向けパーティーが盛況

去る2月1日、FMぐんまが主催するリスナー向けのパーティーを7年ぶりに開催しました。パーティーを象徴するオブジェとして約5000個のチロルチョコを使ったピラミッドを作成、Take Freeにするなど、一足早いバレンタインパーティーとして会場はバレンタインムード。会場のデコレーションを地元バルーン専門店に協力いただき、受付からテーブルまで場内を華やか飾り付けにしました。

こだわった点は、ラジオネームを書き込んだ入場証を胸につけてもらうことで、リスナー同士の交流の場を演出したこと。声をかけやすい状況をつくることができ、来場者に好評でした。また、パーソナリティ出演の出し物+歓談タイム、そしてネット番組・パーソナリティからのビデオ/ボイスメッセージ、参加費の割に充実した飲食類(キリンビールのドリンク協賛あり)などの工夫も喜ばれたポイントです。参加者にはリスナー歴の長い方々が多く、番組聴取以外の催しとお互いの交流に魅力を感じたのかもしれない。

またパーソナリティ15名が、ラジオを通してリスナーに届けたい「LOVE」をテーマにバルーンアートをつくり、自らステージで披露、会場はどよめきと笑いの繰り返して終始にぎやかな雰囲気になっていました。

(FMぐんま 編成部 チームリーダー 橋本直樹)



番組部門 ラジオエンターテインメント番組 優秀

## FM香川 ことひらどれじゃ〜ハンティング番外編「心の町」

この度、このような栄えある賞を受賞しましたことは、関係各位の皆様のご理解・ご協力があったことと深く感謝申し上げます。

FM香川では、一昨年より県内の自治体と共に地域密着型の番組作りを力を入れております。なかでも琴平町は古来より庶民信仰を集める金刀比羅宮を擁し、戦前には全国から集まる参拝客を迎えるための一大歓楽街が形成されていました。毎年4月には、当時の賑わいの中心である日本最古の芝居小屋・旧金丸座で、千両役者を多数集める「四国こんびら歌舞伎大芝居」が開催されるなど、今なお歴史・文化両面で全国に圧倒的な知名度を誇っています。

その琴平町に専任のスタッフを置いて制作した「ことひらどれじゃ〜ハンティング」は、既存のメディアでは得られない小さな情報や体当たりの体験レポートが社内外で大きな関心呼びました。

一年間、歴史・文化・グルメ・レジャーなど多方面にわたって取材をした中から、特に歴史に絞って素材をピックアップし、新たな取

材を行なって再構築したのが「番外編 心の町」です。地道な取材から得られる貴重な情報を楽しく伝えることこそが、弊社にとっても初めての中央審査進出を勝ち取ることに繋がったのは誠に喜ばしいことでした。

FM香川では、現在でもさぬき市・三豊市・小豆島町と同様の番組制作を行っており、今後も県内の各自治体に働きかけて、地道な情報の発掘作業で地域振興に役立ちたいと考えています。

(FM香川 制作技術部 課長 蒲野誠一)



番組部門 ラジオ教養番組 優秀

## FM鹿児島 鹿児島弁で若衆と“語いもそ”

新聞に投稿された小学生の「心をつなぐ鹿児島弁」の作文を見て、鹿児島の若者たちは臆することなく純粋な鹿児島弁を使っているのだろうか、もし使っていないのであればなぜなのかという疑問がわきました。そこで、鹿児島弁の使われ方、鹿児島弁のイメージ等を取材して、若者も年配者も、共通語ではなく鹿児島弁で語り合ってほしい、これからは鹿児島弁を伝えていきたいとの考えから番組を制作しました。

また、鹿児島出身のシンガー「AI」さんが使う鹿児島弁が「かっこいい」と思っている鹿児島の若者たちへのエールでもあります。

番組で伝えたかったことは、「これからはグローバル化の時代、反面ローカル文化が衰退していくことでもある。これはほっておくわけにはいかない。ローカル文化は『翻訳』できない。地方ならではの独特の表現・味わいがある。これからの時代、

若い人も年配の人も、地方が持つ『素材』を味わってほしい」ということです。地元の焼酎メーカーやコンビニなどの協賛スポンサーに「地元素材を扱った番組」を応援してもらいました。

この作品は、平成24年日本民間放送連盟賞「九州・沖縄地区審査会・ラジオ教養部門」で最優秀賞を受賞しました。その後行われた平成24年日本民間放送連盟賞 中央審査会でも優秀賞を受賞しました。また第8回日本放送文化大賞「九州・沖縄地区審査会ラジオ部門」においても実演賞を受賞いたしました。

(FM鹿児島 アナウンス室長 中村香)



W受賞 CM部門 ラジオCM第1種(20秒以内) 優秀 ※その1のみ  
第52回「ACC CMフェスティバル」ラジオACCブロンズ

## TOKYO FM 味の素 クノール スープDELI 「きょうの夫婦 その1、その2、その3」(20秒×3)

リビングで交わされる倦怠期を迎えた夫婦の会話を切り取り、「あったかいスープで夫婦関係もあっためたい」と結んだ商品CMです。

スープのCMなので、冷めた夫婦関係ではあるものの、刺々しくならないよう、コピーにはユーモアを持たせ、リスナーが想像をめぐらせることができるよう、間を大事にした演出を心がけました。しかし、このCMが評価されたポイントは、コピーのニュアンスを最大限に表現してくれた夫婦役の二人だと思っています。

夫役の「かわのとや」さんはとぼけた味を、そして妻を演じた「内田春菊」さんは、漫画家や小説家、落語家などクリエイティビティに溢れた才人ならではの表現力を台詞に凝縮させてくれました。

JFN賞の審査でもキャスティングの大切さが再三言われています。最適なキャストをとことん追及する大切さを改めて感じたCM制作でした。

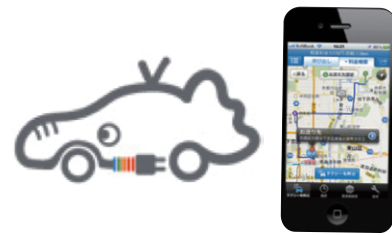
(TOKYO FM 林屋創一)



CM部門 ラジオCM第1種 優秀

FM OSAKA 環境EVOT事務局 EVタクシー 見つけたら篇 (20秒)

次世代タクシー呼び出しアプリ EVOT CALL



CM部門 ラジオCM第2種(21秒以上) 優秀

FM OSAKA 環境EVOT事務局 EVタクシー 口癖篇 (60秒)

この度、2012年日本民間放送連盟賞CM部門のラジオCM第1種(20秒以内)で、「EVタクシー／見つけたら」篇が、第2種(21秒以上)で、「同／口癖」篇が、それぞれ優秀賞を受賞させて頂きました。

このCMは、私が部長を兼務しております弊社マルチメディアプロモーション部が、一昨年から兼松(株)他各社と取り組んで来ました「EVタクシーの普及啓発」プロジェクトを訴求するためのものです。

2011年2月に大阪府に50台のEVタクシーが導入され、また、2011年度、2012年度の2カ年事業として、我々のプロジェクトが企画しましたスマートフォンアプリによるEVタクシーの呼び出し、乗車の実験が、環境省の「地球温暖化対策技術開発等事業」として予算化されたことに伴い、その認知促進のために、今回のCMを制作しました。

20秒タイプの「見つけたら」篇は、EVタクシーを探すために普通のタクシーに乗る男を描いています。今、大阪市内では50台のEVタクシーが走っておりますので、意識していれば街中でも見かけるの

ですが、意識していないとなかなか気がつかないという微妙な状況を表現しました。60秒タイプの「口癖」篇は、地球温暖化対策や大都市での渋滞解消というEVタクシーが実現するかもしれない可能性を、普段の会話の中で表現しました。

マルチメディアプロモーション部の業務として、アプリやシステムの開発のお手伝いや広報PRを行って来ましたが、プロジェクトの一員としてその中で感じたことは、EV(電気自動車)や地球温暖化対策という問題は、それを意識するかしないかの差が大変大きなものということでした。当たり前のこととして認識されて来ていることは確かなのですが、まだまだそれに興味の無い人もたくさん存在するという現実があります。

今回のCMを制作する上で、その“温度差の存在”をまず、制作スタッフ、出演者間で共有するようにしました。受賞した作品は、いわゆる“ひねった”作風のものですが、もちろんストレートにEVタクシーや呼び出しアプリを訴求するタイプのCMも制作し、放送しております。(FM OSAKA CM管理部長 福田一夫)

CM部門 ラジオCM第2種(21秒以上) 優秀

TOKYO FM キヤノンマーケティングジャパン 企業広告「走馬灯」篇 (120秒)

7ページに掲載されています「消費者のためになった広告コントロール」での「音声案内」と同じく、昨年5月の「ウィーン少年合唱団 来日記念コンサート」特番用に企画したCMで、写真をテーマにしています。階段を踏み外した男の頭に、それまでの人生が走馬灯のように巡る...という展開で、人生における写真と映像の大切さを伝えようとしたのですが、ウィーン少年合唱団の特番には相応しくないので、一旦はボツになりました。

しかし、写真のCMとしての斬新さが際立っていたこともあって、

改稿を条件に(不幸な結末にしない)別枠で放送することになり、このような賞をいただくことができました。

内容が内容だけに“どうやったらハッピーエンドにできるか”で悩みました。結局、「人生に、たくさんの思い出を。ENJOY! PHOTO&MOVIE」とナレーションを入れた後、意識が戻った男に「俺の走馬灯にコマーシャルがついていたぞ」と言わせるオチで、クリアすることができました。(TOKYO FM 林屋創一 山口景子)

CM部門 ラジオCM第2種(21秒以上) 優秀

TOKYO FM 味の素 企業広告「イエモトのチャーハン」篇 (150秒)

2011年に亡くなった落語家・立川談志師匠が、空腹の弟子たちを見かねてチャーハンを作ったエピソードを、愛弟子の立川談春師匠が語るCMです。

談春さんのエッセイ「赤めだか」を元にした企画だったこともあって、落語口調の演出を考えていたのですが、スタジオに入った談春さんから「ナレーターとしてコピーを読みたい」と言われたため、想定していたより硬い、オーソドックスなCMに仕上がりました。

談志師匠が残した言葉の選択や許諾、ストーリーの構築など制作

までに時間を要した企画でしたが、「食事を通じた、師匠と弟子の心温まるエピソードにより“食生活を応援する”企業姿勢をうまく伝えている」と、連盟賞の評価コメントをいただくことができ、正攻法のCMも大切にしなければと思った次第です。(TOKYO FM 林屋創一)



気仙沼でカキを養殖している島山さんは、「森は海の恋人」とおっしゃっていて、海の恵みは森からきているということを理解してくれています。なぜ森があると海が豊かになるかという、簡潔に言えば、森のなかにある鉄分が海に流れ込んで、その鉄分が海中の生き物の栄養となるということです。

それを証明するのが、東京湾と鹿児島湾。東京湾は漁獲量が高く、鹿児島湾は魚自体が少ない。それは、鹿児島湾は噴火でできたために、水はきれいなんだけど、あまり川は流れていない。これに対して、東京湾は川が多く流れています。東京湾が鹿児島湾の10倍くらいの漁獲量をほこるのは森とつながっているからだと言われています。

これからの林業はどうなる？ 木質バイオマス発電の可能性

現在、森林で作業している林業者は全国に50,000人います。これまでは収穫期ではなかったこともあり、あまり木を斬り過ぎてはいけないと言われてきたのですが、最近木が増えて斬る時期になり始めています。

ドイツと日本を比べると、ドイツの方がおおまかに2倍効率が良いと言われています。これには2つ理由があって、ひとつは森のすみずみまで道が入っている、もうひとつが機械を使っているということです。

これは見習うべきところで、一日に3本の木を斬りますというところ、道もあり機械もあるから一日10本斬れたら、年収も3倍になってもおかしくないんじゃないか、という単純な構造です。じつは日本でも、そういう林業者は少しずつ出てきています。20代でかなり稼ぐ方もいます。これからの課題はそういう人を全国に増やすということだと思っています。

いま、木質バイオマス発電に注目が集まっています。木質バイオマス発電というのはチップを燃やして発電するという単純なものであります。昔、石油がないときは日本のエネルギーのほぼすべてだったわけですが、再生可能エネルギーが重要視されている今、また新たに見直されているところです。

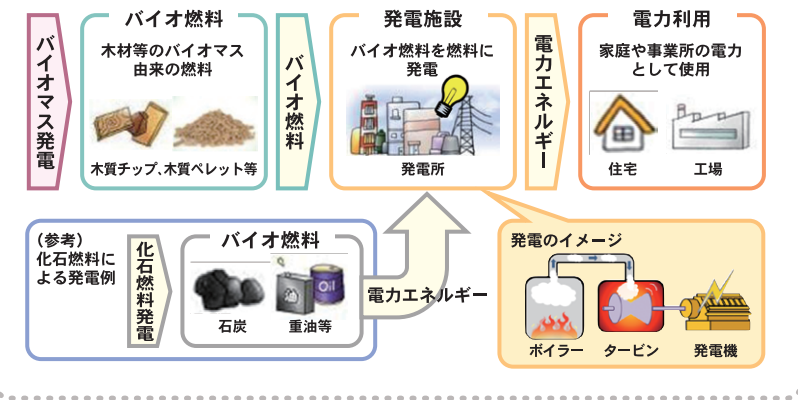
発電するときに石炭とか重油は、海外から輸入する、そしてCO2が増える、というこれが従来の既存の発電システムだったわけです。木質バイオマスは原料が山にあるわけですから、原料代が山に支払われる。いま原料代の支払いはいま25兆円くらい海外に払っています。その一部でも山に帰れば、こんなにいいことはない。

それと木質バイオマス発電にはもうひとつの利点があります。それが太陽光発電や風力発電は、お日様まかせや風まかせで安定しないわけですが、それに比べて木質バイオマスは安定した電力になります。原料代がずっと安いということは山間部に原料が入るということで注目が集まっています。

再生可能エネルギー特別措置法というものができて、電力会社が高く買う仕組みができたんですね。それでどンドンやろうという意見が増えていきます。

木質バイオマス発電とは

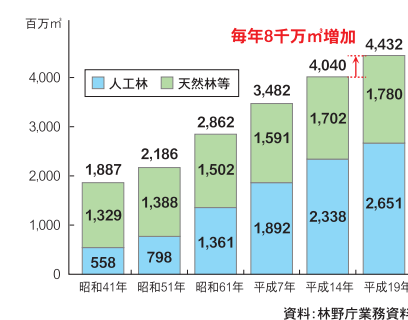
木質バイオマス発電とは、木質バイオマス燃料から得られる熱エネルギーを蒸気や高圧ガスに転換しタービンやガスエンジンを駆動させることで電力エネルギーを得ることである。



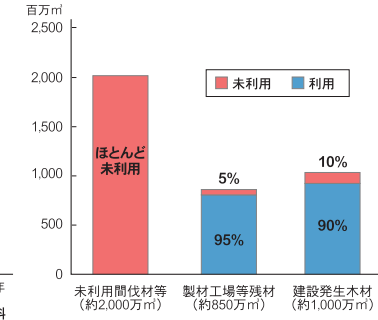
2012年の7月から会津若松で5000kwの発電所が動き始めました。これによってどういう利点があったかというと、発電所に17人の雇用が生まれて、山のなかで木を斬る雇用が新たに約60人分生まれました。全国各地で、木質バイオマス発電をやりたいという人が増えてきています。

また、いま日本の合板メーカーはすごく変わってきています。15年前は原料を全部輸入していたのですが、いまは7~8割が国産の杉を使うようになってきました。やはり国産にするとお客さんの評判がいい、というのが理由だったのですが、最近そういった流れが少し止まってきています。というのは、ユーロがここ数年で15%くらい下がったことでユーロ材の購入が増えてしまっていることや、木を使うよりもソーラーパネルに乗ったほうがウケもいい、という理由が挙げられます。一番残念なのが、東北の木を使った住宅を売っているところがあるのですが、実際はあまり売れないということです。震災後の仮設住宅には木造とプレハブとがあって、木造は非常に評判が良かったんですけど、その後につながらないという現状もあります。こういうところで木のよさを伝えながら変えていけたら、と思っています。ラジオ各局の皆様も、ぜひご協力いただくと幸いです。(講演日 2012年11月28日)

我が国の森林資源の推移



木質バイオマス発生量と利用





# 営業責任者会議 セミナー

次々と明らかになっている森や木のさまざまな効能

営業責任者会議セミナーでは、末松広行氏(林野庁 林政部長)を招き、「森林の恵みと私たち」と題した講演会を開催しました。

現在、さまざまな企業が社会貢献として森林保全に取り組んでいます。

番組や広告の企画を進めるためにも参考になるお話がたくさんありましたので、ぜひ一読ください。



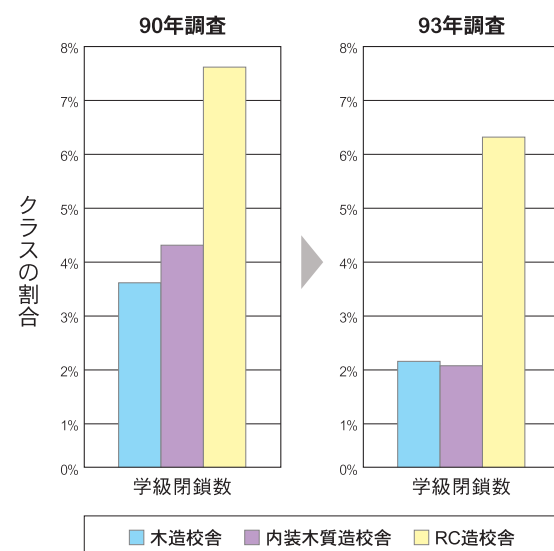
末松広行 林野庁林政部長

木は環境や人体に良いと言われていて、建築素材でいいますと、鉄とかアルミニウムなど木以外のものは、エネルギーを使って素材のところから人間の手で作りますが、木材は植物を素材として利用しているので、そういう意味では環境に優しい素材となるわけです。また、街は第二の森林と言われるように炭素の貯蔵という面でも優れた面を持っていて、家の素材としても「心地よい香り」「暖かさ」などの観点から最近になって木材の価値が見直されています。

もうひとつ木の特徴として、ストレスが少ないということが挙げられます。鉄筋コンクリート住宅と木造住宅での暮らしを研究して比べてみると、やはり木造のほうがストレスを溜めにくいという結果が出ています。

また木造の校舎で勉強すると、勉強ができるようになって、キレイになって、健康になると言われています。そのなかで、健康になるという部分については研究結果が出ています。冬、インフルエンザによって学級閉鎖になることがありますけど、その出現率を木造と内装木質、コンクリートに分けて比べたのです。これを見ると1990年、コンクリートは木造の倍の出現率だった。1993年は3倍だったことがわかります。じつはこれ、理由もわかっていて、壁とか床が木にしておく、教室の湿度を調整してくれるのです。ですから、子どもが暮らす教室内の湿度が急激に上がったたり下がったりすることがないので病気になるににくい、ということ。こういう効果が最近になりひとつひとつ見つかってきています。

インフルエンザ抑制にも効果



出典: 愛知教育大学 橋田純洋名誉教授  
「木のまち・木のいえ」フォーラム(2010年1月30日  
まつもと文化芸術館)パネルディスカッションでの発表から

やはり人間は長い間ずっと木とともに暮らしてきている動物ですので、木のそばにいるというのは良いはず。人間の身体がそれに慣れているのでしょうか。順天堂大学の塩田先生をはじめとした学者の方が木の効能について新しい事実をどんどん発表して下さっています。

木の香りについてはアルツハイマーに効くという話が学会でされています。香りというのは人によって受け方が違うので、同じ香りを嗅いでも良いと思う人と悪いと思う人がいます。だけど、ひのきなどの木の香りは、悪いと思う人、良いと思う人、共に効果がある。ひのきをふんだんに使った建物とそうじゃない建物の老人ホームでそれを分析したら、アルツハイマーの進行具合が全然違い、ひのきの建物の老人ホームのほうがアルツハイマーの進行が圧倒的に少なかったという結果も出ています。

こういった効果がどんどん判明していくことによって、木の良さが再確認できるようになるのではないかと考えています。

こんな事例もあります。あるお医者さんが念願の診療所を作った。けれど、それがシックハウスだった、それでせっかく来てくれていた患者さんの具合が全然良くなりださなところ悪化してしまった、そればかりか、当のお医者さんまで病気になってしまった、と。それでそのお医者さんはシックハウス撲滅という運動を始めたのです。そうして今ではシックハウスはほとんど無くなってきています。そして、そのお医者さんたちが次に動いているのが「木造の断熱」なんです。自分たちが健康になるのはどうしたほうがいいのか、と考えたときに、地元の木材を使った木造の断熱がいいということを推進しています。

森には癒しの効果があるといわれています。ドイツでは「クナイプ療法」というのがあります。これは森林を歩いたり、温泉に入ったりする療法ですが、保険適用されているんです。また、長野県の信濃町は、森林セラピーに力を入れていて、大企業が研修に利用していたりします。綺麗に整備された森を案内する人が5人ずつくらい連れて森を歩くそうです。自分の畑で採れたトウモロコシのおせんべいとか地元のお茶を持っていったり、森に寝そべってもらってリラックス効果のあるCDを聴いてもらったりするコースで、いくら料金ももらっているのです。

それを企業側が続けている理由は離職率の軽減に効果があるからです。それに森林浴をする前とした後では、NK細胞の活性が変わるんです。NK細胞というのはガン細胞とかと戦うナチュラルキラー細胞というものです。重要なのは、ずっと森林にいなければいけないということではなくて、2~3時間の森林浴をすると1ヶ月くらい効果が持続するといわれています。

じつは森は海にも良い効果があるという話もあります。昔、襟裳岬というのは「何もない春だった」わけですね。まさに森進一の歌のままだったのですが、いまでは森があるんですね。木を植えていった。そしたら、魚がいっぱい採れるようになった、と言われていました。

# 第52回 消費者のために作った 広告コンクール

広告関係者を審査員に含まず、消費者と有識者が選ぶ「消費者のために作った広告コンクール」。消費者目線で高い評価を獲得したJFN各局の受賞作品を紹介します。

## ラジオ広告部門 JAA賞

### TOKYO FM キヤノンマーケティングジャパン 企業広告「音声案内」編(120秒)

このCMは、6ページでも紹介している昨年5月のゴールデンウィークに放送された「ウィーン少年合唱団 来日記念コンサート」の特別番組で使用するために企画した中の1本です。

CMオリエンからオンエアまでの期間が、なんと2週間！しかも120秒のCMを4タイプ制作するという、超ハードスケジュールだったので、知り合いのコピーライターを総動員して企画を考えました。CMの目的は、キヤノンMJグループの認知拡大。オリエンではグループが手掛ける様々な分野のCMを作りたいと言われていましたが、CMコピーを提案&検討した結果、キヤノンらしさが伝わりやすい写真で3タイプと、オフィスの苦情受付センターを

取り上げた、この「音声案内」を制作することに決まりました。

超突貫で作ったCMだったこともあり、「消費者のために作った広告コンクール」という、広告主から最も評価されるコンクールの最高賞に選ばれるとは、思いもよらなかった。受賞式の場で、審査委員長を務められている嶋村教授から「オフィスで起きる小さな困りごとは、誰にでも心当たりがあるし、それをユーモラスに描いていたので審査員がみんなクスクス笑ってました」と伺い、「身近なテーマを、なるほどと気づかせる」クリエイティブの基本に沿っていたことを、改めて実感した次第です。

(TOKYO FM 林屋創一 山口景子)

## WEBサイト部門 JAA賞

### JFNC ラヂオえほん

元気になったり、やさしくなれたり、一歩踏み出す勇気が出たり。本が心にくれる力を「音」を活かして届けたい。「ラヂオえほん」はそんな思いから生まれました。

親子で楽しめるアプリ、癒されたい大人のためのアプリを開発しようと、株式会社電通と弊社が協働で進めてきたのが「ラヂオえほん」です。パソコンだけでなくスマートフォンやタブレット端末という新しい情報接触ツールの飛躍にともない、オリジナルの物語をベースに、サンブラザ中野さん、岡本真夜さん、坂本美雨

ラヂオえほん

さんといた人たちが声で彩りを添えた“動く絵本”には是非皆さんもふれてみてください。

今回、このような新時代の絵本を届ける実験的プロジェクトが評価されたことは誠に嬉しい限りです。作品数はまだまだですが、今後もラジオ放送と連動したかたちでコンテンツを増やし、スポンサー獲得を目指してまいります。

(JFNC 営業部 下田寛海)

## ラジオ広告部門 (21秒以上) 銅賞

### TOKYO FM セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン 「子どもに質問」編

セーブ・ザ・チルドレンは、世界中で子どもの人権を守るために活動しているNPOです。活動資金は、すべて寄付によって賄われています。

セーブ・ザ・チルドレンが子どもを守るのは、彼らが「弱い存在」だからでしょうか？…違います。子どもは、天性の詩人であり、ダンサーであり、コメディアンで哲学者。子どもの才能から元気をもらっているのは、いつだって大人なのです。

「かわいそうだから寄付しよう。」ではなくて、「才能あふれる彼らに寄付しよう！」

そんな前向きな思いを伝えるために、CMを制作しました。貧困や、親による暴力や、学校へ行けない悩み…。そんな同情を誘うネガティブな要素は一切ナシ。ひたすら、コドモによる自由な感性と、鋭い観察眼に裏付けられたコドモならではの「つぶやき」を盛りこみました。

コピーは、4歳の女の子の母親であるコピーライターが、自らの体験をもとに書き、ナレーションは、オーディション本番のカタチで9人の子供にしゃべってもらいました。

目指したのは、小さな子を持つ親なら、あるある！と膝をうつような彼らの息づかい。

ノリノリのBGMともあいまって、何度聞いてもハッピーになる、そして、元気が出るCMが出来上がりました。

(TOKYO FM 営業局CM制作ルーム 山口景子)





# 総務責任者会議 セミナー

## 実務に影響する労働関係の法改正について

労働関係法改正により、総務部門を中心に実務対応に迫られる場が増加しています。  
そこで、専門家を招き、「高齢者雇用安定法」「労働契約法」「労働派遣法」に関するセミナーを開催しました。



**柳澤大貴**  
大和総研  
経営コンサルティング部  
副部長  
主任コンサルタント



**元秋京子**  
大和総研  
コンサルティングソリューション  
第三部  
主任コンサルタント



**廣川明子**  
大和総研  
コンサルティングソリューション  
第三部  
主任コンサルタント

### ■ 高齢者雇用安定法

改正高齢者雇用安定法が2013年4月1日に施行されますが、これにより定年を廃止することや65歳まで引き上げることが義務化されるわけではありません。以前、定年を65歳まで引き上げた大企業の例がニュースに取り上げられましたが、こうしたことが誤解を招くひとつの要因となったのかも知れません。では、今回の改正によって何がかわるのか。それは主に2点です。継続雇用の対象者を限定できなくなる（ただし、移行措置あり）と継続雇用先の企業の範囲が拡大されることです。後者については、従来、自社内で雇用を継続するという原則を、グループ企業にまで拡大解釈をしていました。これが法制度化されます。ですから、実務上での変化はほとんどありません。65歳までの雇用確保の措置については、①定年制を廃止する、②定年を引き上げる、③新たな継続雇用制度を活用する、のいずれかを採用することになります。

継続雇用制度とは、定年を迎えた従業員が希望した場合に引き続き雇用する制度です。そこには定年退職をしない「勤務延長」と退職後に再雇用する「定年後再雇用」の2タイプがあります。両者の違いは、定年によって一旦区切りをつけるかどうかにあります。勤務延長の場合は、労働条件に定年前からの変更はありませんが、定年後再雇用では、定年前と異なる労働条件で再雇用することが可能となっています。労働条件を変更することができるメリットがあるため、中・大企業の93.6%が定年後再雇用制度を採っています。

今回、どうして継続雇用制度において労使協定による再雇用者の制限ができなくなってしまったのか。これは2013年4月1日より、厚生年金の支給開始年齢が段階的に引き上げられることに関係しています。60歳で定年退職すると、年金受給までの間、無年金、無収入の状態になってしまうためです。継続雇用制度において、労使協定による限定ができなくなりましたが、移行措置としては可能です。年金が支給される段階になると、その次の労働契約更新の際には、労使協定による制限を付加することができます。例えば、2016年4月1日から年金支給開始年齢は62歳に引き上げられますが、その時点で年金が支給される場合は、労使協定による限定ができることになります。ですから、年金支給年齢と労使協定による限定はリンクしています。

高齢者雇用安定法について誤解しがちな、また、質問を多く受けるポイントをいくつか挙げてみます。

①定年になったものが希望すれば、全員再雇用しなくてはならないのか？→解雇と同一の事由に該当すれば、再雇用の対象としないことができます。その際、再雇用の適用外基準を明示すること、労基法施行規則改訂で更新基準の明示が義務化されること、そして、現行の解雇事由が客観的に合理的な理由になっているか、また、きちんと運用がなされているか、に留意してください。

②現在、労使協定を締結していないが、対象者が現われた時点で締結すればよいのか？→施行日（2013年3月末）までに労使協定を締結していないと、移行措置は適用できません。労使協定を締結している場合であっても、自動更新される形となっているかをご確認ください。また、規定には「移行措置適用の対象者の範囲」と「労使協定と同じ基準」を反映させてください。就業規則に基準が記載されていても、労使協定が締結されていなければ移行措置は適用でき

ません。

③労働条件の変更について→定年後再雇用の場合、定年前の労働条件からの変更することは可能です。契約更新時にも変更は可能です。ただし、客観的かつ合理的な内容でなくてはなりません。定年前と同じ仕事内容を時給1,000円でお願ひすることは合理的とは言えません。労働条件を検討する際、定年前の処遇や勤務形態（土日休みの週5日、デイトムの8時間労働etc）にとらわれていないか、若手や中堅層のモチベーションに影響を与えないか、そして、合理的な理由付け（評価制度の活用や職務給といった条件の裏付けとなる指標が必要）がなされているか、に留意ください。

④提示した労働条件が折り合わない場合は？→定年退職者の希望に合わせる必要はありません。義務付けられているのは、再雇用の義務ではなく、雇用の条件を提示する義務、雇用の機会を与える義務です。ただし、条件の提示は少なくとも半年前には行い、根拠とともに丁寧に説明ください。

⑤在職老齢年金が支給される者とされない者とで、給与体系を分けることができるか？→できます。女性の年金支給引き上げ時期が5年遅いため、男性より早く受給できます。しかし、男女間で給与体系を変えることは法に抵触するため、男女ともに同じ基準にする必要があります。

⑥55歳時に、これまでと同じ労働条件にて60歳で定年退職（再雇用なし）、または、労働条件を変更したうえで65歳まで継続雇用する、のいずれかを選択させることはできるか？→できます。ただし、本人が自由意思で選択できることが条件となります。

⑦有期契約社員は再雇用の対象となるのか？→なりません。ただし、反復継続により実態として期間の定めのない契約と変わらない場合等には対象となります。

⑧高給法に違反した場合はどうなるのか？→企業名が公表されます。

#### 改正法のポイント

- 継続雇用制度が強化される** 施行日：2013年4月1日
- 定年の廃止や引き上げを義務化してはいいない
  - 継続雇用の対象者を限定できなくなる（移行措置あり）
  - 継続雇用先の企業の範囲が拡大される

#### 雇用確保の措置

現行	改正案
定年制の廃止	定年制の廃止
定年の引き上げ	定年の引き上げ
継続雇用制度 労使協定による限定ができる	継続雇用制度 希望者全員対象 移行措置あり
原則として自社	グループ企業まで可

### ■ 労働契約法

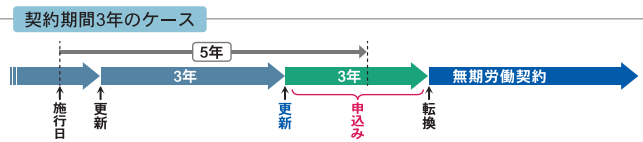
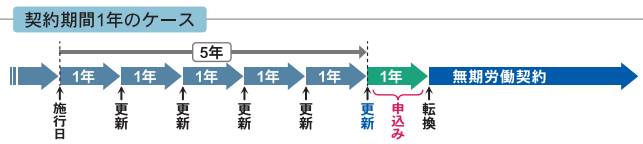
労働契約法の主な改正点は、①有期労働契約の無期労働契約への転換、②雇止め法理の法文化、③不合理な労働条件の禁止、④有機労働契約締結時における労働条件の明示、です。（有期労働契約とは、パート・アルバイト・契約社員・嘱託など呼称に関わらず、期間の定めのある労働契約）

有期労働契約の無期労働契約への転換とは、同一の使用者との間で2以上の有期労働契約が通算で5年を超えて反復更新された場合、労働者の申込みにより、無期労働契約に転換されます。誤解しがちなポイントをいくつか挙げてみます。

#### 誤解しがちなポイント

- 同一使用者は、事業者単位であり、事業所単位ではない。
- 2以上とあることから、1回以上の更新をしていることが前提
- 通算期間5年は、現実には5年を経過する前でも申込み可
- 通算5年を超えなければ、会社は自由に雇止めができる訳ではない。反復更新してきた有期労働契約については、従前通り「雇止め法理」により判断される

#### 無期転換の申込み



#### 誤解しがちなポイント

- 通算期間5年のカウントは、施行日（2013年4月1日）からではなく、施行日以後に開始する有期労働契約から。施行日前に初日が到来する契約期間はカウントしない有期労働契約の間に空白期間が6ヶ月以上ある場合は、空白期間前の契約期間は通算されない（クーリング）
- 通算5年を超えて契約更新した労働者が、契約期間内に無期転換の申込みを行わなかった場合、その後の無期転換の申込み権利がなくなる訳ではない。翌更新期間に無期転換の申込みが可能
- 無期転換を申し込まないことを契約更新の条件とすることは無効
- 無期転換を免れるため、派遣形態・請負形態を偽装した場合は、元の有期労働契約が継続しているものと判断される
- 無期転換により必ず正社員になるわけではない。原則として無期転換後は無期転換前と同一の労働条件が適用される
- 転換前と同一の労働条件が適用される → 無期転換者の定義づけ・就業規則の整備は必要

### ■ 労働派遣法

派遣可能期間ですが、専門26業務には制限がなく、自由化業務（一般事務）は原則1年、最大3年となっています。派遣先会社は1年を超え3年以内の労働者派遣を受けるときは、過半数労働者代表等に対し、派遣期間を通知し、意見を聞く必要がある点に留意ください。労働者派遣法の改正については大きく8つありますが、その中で、①日雇派遣の原則禁止、②雇用労働者の離職後1年以内の派遣受け入れ禁止、③違法派遣発生時の労働契約申込みみなし制度、の3つを紹介します。

日雇派遣の原則禁止とは、派遣元会社が雇用する日雇労働者（日々又は30日以内の労働契約）の派遣を禁じることで、31日以上の労働契約を派遣元と日雇労働者が結んでいれば、派遣先で労働することは可能です。放送局における日雇派遣禁止に係る業務として、放送機器等の操作、放送番組等の演出、アナウンサー等が該当するかと思いますが、一部繰り返しになりますが、30日以内というのは派遣元と派遣労働者との間の禁止事項であって、派遣先会社における派遣期間を制約するものではありません。つまり、派遣元と派遣労働者の契約期間が30日を超えていれば、派遣先会社と派遣労働者との契約は1日でも問題ありません。また、会社が直接雇用する日雇労働者を禁止するものではありません。

雇用労働者の離職後1年以内の派遣受け入れ禁止についてですが、例外が

雇止め法理の法文化について、「雇止め」とは、有期雇用期間において、契約期間の満了により雇用が終了することです。また、有期労働契約の反復更新により、雇止めが無期労働契約の解雇と社会通念上同視できると認められるもの、もしくは、契約期間の満了時に、労働者の有期労働契約が更新されることにつき合理的な理由が認められるもの、のいずれかに該当する雇止めは実質的な解雇とみなされ無効となります。こうしたことは判例でありましたが、立法化され、明確になりました。つまり、運用上は従来通りとなります。誤解しがちなポイントとして、雇止めが認められない場合、無期労働契約に転換するのではなく、従前と同一の労働条件で労働契約が更新される点があります（ただし、この状況が続き、通算期間が5年となると、無期労働契約に転換せざるを得ない状況になります）。判例からみる雇止めの可否に関する判断は、主には業務内容（恒常性・臨時性、正社員との同一性）や継続雇用を期待させる言動・認識の有無、契約更新の状況・手続の厳格性等によってなされます。

有期労働契約の無期労働契約への転換と雇止め法理の法文化に対する会社の対応として、まず、該当する労働者の業務内容（正社員と変わらないのか、臨時性があるのかetc）と契約更新の状況（反復更新回数、勤続年数）、契約更新時における手続の厳格性の程度（手続きの有無、時期、方法、更新可否判断方法etc）等を確認してください。それらを踏まえ、会社として有期労働契約に関わる取扱いについてどうするか（雇止め型もしくは無期転換型）を検討してください。雇止め型の留意点は、更新基準と更新上限を明確化し、その基準に照らした評価をし、厳格に運用しなければならないことです。具体的には、「あと更新は2回」「次回は更新しない」旨を記載、説明し、書面にて同意を得てください。既存契約者に対しては、事前に説明会等にて更新上限等を十分に説明した上で、同様に書面による同意を得てください。ただし、従来の更新実態と大きく異なる場合には、専門家への確認を行った上で慎重に対応ください。無期転換型の留意点は、無期転換者の位置づけと定義を明確化と、無期転換者に関わる就業規則の整備です。原則、労働条件は従前と同一ですが、異動や出向時における扱いや定年についても設定する必要があるでしょう。

不合理な労働条件の禁止とは、有期労働契約であることにより、期間の定めのない労働者と比較して不合理な労働条件を定めることを禁じていることです。通勤手当や食堂の利用、安全の管理などが該当します。この規定により無効とされた場合は、期間の定めのない労働者と同じ労働条件が認められます。しかし、定年後に有期労働契約で継続雇用された労働者は対象外となります。

有機労働契約締結時における労働条件の明示とは、文字通り、更新する場合の基準を書面にて明示する義務のことです。記載事項は、更新の有無と更新の基準です。ただし、有期労働契約の更新をしないことが明らかな場合は、更新基準を明示する必要はありません。

あり、60歳以上の定年退職者には適用されません。禁止対象の範囲は事業者単位であり、事業所単位ではありません。改正法施行（2012年10月1日）前に離職した雇用労働者にも適用され、また、「離職後1年」の制約は別会社に雇用されたとしてもクーリングされません。

最後に違法派遣発生時の労働契約申込みみなし制度について。2015年10月1日の施行時点で、派遣禁止業務（港湾運送、建設、警備etc）への従事、派遣可能期間を越えた派遣受入れ、いわゆる偽装請負といった違法派遣状態である場合、派遣労働者の意思表示によって、派遣先会社が派遣労働者を直接雇用しなければなりません。ただし、派遣先会社が直雇用する形態は正社員と同じである必要はありません。そのため、同労働者の明確な定義付けや就業規則の整備が必要になるかと思えます。今後、派遣先会社は、派遣労働者の業務実態、自由化業務である場合は派遣可能期間を越えていないか、そして、専門26業務の付随的な業務（電話対応、コピー用紙の補充etc）がある場合、その割合は1割以下か、等を確認してください（\*いわゆる一般事務は付随的な業務には当たらないと解されています）。また、形式的には請負契約だが、業務実態は労働者派遣契約（派遣先会社が請負労働者を指揮命令する）になっていないかも確認してください。請負契約による形式であっても、労働者派遣法が適用されるおそれがあります。

（講演日 2012年12月6日）